



KIN nascholing Ondernemerschap in welzijn

Ondernemerschap gevraagd

Maatschappelijk werkers, jeugdhulpverleners en welzijnswerkers moeten ondernemer worden!
Dat is binnen veel organisaties de visie van het management. Naast hulpverlener moeten ze ambassadeur en verkoper worden en innovatief en creatief hun producten aan de man brengen. Zij moeten actief de markt op gaan en daar tegenover hun concurrerende collega's hun waarde bewijzen en opdrachten binnenhalen. Wat hetzelfde is als ondernemer worden.

Dilemma

Veel hulpverleners stuit dit tegen de borst! "Ik ben opgeleid als maatschappelijk werker, niet als verkoper!"

Maar voor deze moeite is lang niet altijd ruimte. "Als we nu niets doen, dan verliezen we ons werk en onze positie op de markt!" Dus worden er allerlei *nieuwe producten opgetuigd* die aan de man gebracht moeten worden.
En juist deze nadruk op ondernemerschap **haalt veel hulpverleners uit hun kracht**. De dwang om ondernemend te zijn slaat lam en staat ondernemerschap juist in de weg!

Onderzoek van Bosma, Stam en Wenneker (2010) naar intern ondernemerschap toont aan dat slechts 5% van alle werknemers zich in een bedrijf manifesteert als intern ondernemer. Dit onderzoek toont verder aan dat 50% van deze interne ondernemers hiervoor weerstanden moest overwinnen.

Wanneer organisaties dus, door de concurrentie en de omstandigheden

gedwongen, ondernemend moeten worden is de eerste vraag die een organisatie moet beantwoorden: "Is mijn personeel hier wel toe in staat?" Sterker nog "moeten ze dit eigenlijk wel kunnen?" Want wanneer een goed hulpverlener opeens producten moet gaan maken en verkopen waar zijn hart niet bij ligt en wat niet zijn kracht is, dan zal dit averechts weken.

Toch is dat wat veel gebeurt. Hulpverleners moeten allerlei trainingen maken en verkopen en de organisatie gaan promoten. Ze moeten in sommige gevallen hun normale werk loslaten en taken gaan uitvoeren en producten gaan ontwikkelen waar ze niet warm voor lopen. En juist die plicht maakt hen niet meer ondernemend. Het moeten ontwikkelen en promoten maakt hen niet autonomer en enthousiaster, maar **transformeert veel professionals in uitvoerders**. Zij verliezen de bezieling voor hun werk!

Doel nascholing

Deze nascholing wil professionals en organisaties helpen om in de veranderende situatie zich effectief ondernemend op te stellen ten aanzien van de markt. Daarvoor is het vooral van belang dat de professional, het team en de organisatie uitgaan van eigen kracht en van eigen visie. De nascholing zal uitgaande van de kracht, de passie en de visie van de professional en van die van de organisatie toewerken naar een vorm van ondernemerschap die "passie gedreven" is. Daarvoor gaan wij uit van de volgende uitgangspunten:

1. Ondernemerschap kun je leren.

Hoewel de ene persoon ondernemender, creatiever en innovatiever is dan de ander, kan iedereen groeien in ondernemerschap. Zeker binnen een organisatie waar je van elkaars kwaliteiten kunt profiteren. Je moet alleen wel de keus maken!

2. Ondernemerschap begint bij het helder krijgen van jouw kracht en jouw passie.

Als je ondernemender moet worden is het zaak om stil te staan bij drie vragen:

- Wat kan ik goed? Wat is mijn unieke kracht?
- Waar loop ik warm voor in mijn werk?



- Wat zou ik graag verder willen ontwikkelen

Nu de maatschappij verandert en de financiering van de zorg verandert moet ook de hulpverlening veranderen. Daar kun je van balen, maar het is een feit. Inspelen op die verandering kan door je goed bewust te worden van de eigen kwaliteiten en passie. Pas dan heb je grond onder je voeten en wordt je geen speelbal in het woelige veld van veranderingen. Dit geldt zowel voor professionals als voor organisaties.

3. Krijg helder wat je klanten en opdrachtgevers willen.

Je kunt wel zelf een passie en een kracht hebben, maar sluit dat aan bij wat de klant en de opdrachtgever vragen? Probeer dus heel goed te onderzoeken wat de ander wil, waar deze behoefte aan heeft. Dat betekent een open blik, veel vragen stellen en zoeken naar de wens van de ander.

4. Verbind de kracht en passie van jezelf met de wens van de klant.

Bij ondernemerschap gaat het er om creatief met je eigen kracht en de vraag van de klant om te gaan. Als je weet wat de ander wil, en je weet wat jij wilt en kunt, dan kun je kijken hoe je die twee zo goed mogelijk met elkaar kunt verbinden.

Een voorbeeld: Een schoolmaatschappelijk werker onderhandelt met de gemeente over het schoolmaatschappelijk werk op de scholen. Duidelijk wordt dat de gemeente niet zoveel heil meer ziet in het oude schoolmaatschappelijk werk. Liever ziet ze een generalist die bestaande vragen met elkaar verbindt en mensen met elkaar in contact brengt

Het is de kracht en de passie van het schoolmaatschappelijk werk om ouders, leerkrachten en kinderen te helpen in het zoeken naar oplossingen voor problemen die zijn ontstaan. Maar de gemeente vraagt niet specifiek naar deze kracht. Zij heeft een andere vraag.

De uitdaging is nu om te kijken of de vraag van de gemeente beantwoord kan worden terwijl het schoolmaatschappelijk werk toch dicht bij de eigen passie blijft

De markt verandert, de vraag verandert. Dit betekent dat de hulpverlening oude producten moet durven loslaten om vanuit de eigen kracht en passie nieuwe, aan de veranderde vraag aangepaste producten aan te bieden.

Opzet nascholing

Dag 1. De ondernemersspier

Ondernemerschap is niet iets dat je iemand op kunt leggen. Het is voor een groot deel een interne kracht, een aanleg. Niet iedereen heeft deze kracht in gelijke mate ontwikkeld. Het is vergelijkbaar met een spier. Iedereen heeft de spier, maar hoe goed deze ontwikkeld is hangt van de training van de spier af. Deze dag staan we met name stil bij ondernemerschap als individuele mogelijkheid en vaardigheid. We richten ons op de persoon van de professional en onderzoeken waar de eigen kracht om te ondernemen zit en hoe deze effectief aangeboord kan worden.

Dag 2. De kracht van het team en de organisatie.

Ondernemerschap is niet iets individueels. In een team kun je van elkaar gebruik maken. Wat zijn de verschillende kwaliteiten en hoe maak je daar gebruik van? Een organisatie kan ondernemerschap bevorderen maar ook afremmen. Hoe ga je om met opdrachten vanuit de organisatie en hoe profileer je jezelf daarin? Wat is daarin de taak van de professional en wat van de organisatie. Hoe blijf je uit de valkuil van afwachtendheid?

Dag 3: Van passie naar product

Hoe zet je de ontdekte passie om in nieuwe producten?

Deze dag gaan we aan de slag met het concreet maken van onze passie. Passie is een noodzakelijke en drijvende kracht, maar zij moet wel verbonden worden met de vraag vanuit de markt. Hoe verkoop je als professional jouw product zo dat het past bij de vraag van de markt?

We bespreken samen het innovatieproces waarin je van passie naar product kunt groeien.

Coaching traject

Deze nascholing kan ook als teamcoaching worden ingezet.

Daarbij worden dezelfde thema's behandeld, maar wordt er in overleg met de organisatie een vervolg aangegeven waarbij de stappen die in de derde trainingsdag zijn beschreven verder uitgewerkt worden.

Algemene info en kosten

De training wordt gegeven door één van de trainers van het Kempler Instituut. De kosten van deze nascholing bedragen €1075,- per dag exclusief reiskosten en literatuur.

Voor de coachingsbijeenkomsten wordt €600,- per dagdeel gerekend exclusief reiskosten.

Secretariaat

Voor verdere informatie en/of aanvraag kunt u zich wenden tot het secretariaat.

Koolhovenstraat 2, 3772 MT, Barneveld

0342 701255

info@kempler-instituut.nl

www.kempler-instituut.nl